УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра педагогики и психологии

Утверждаю.
Зав. кафедрой:
канд.пед.наук, доцент
_____ А.Л. Короткова
Протокол заседания кафедры № 4
от 4 апреля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Информационное обеспечение работы с молодежью
Направление подготовки	39.03.03 Организация работы с молодёжью
Профиль	Современные технологии организации работы с молодёжью
Год набора	2026

Составители:
Преподаватель
Ваталев Г.Б.

канд. полит. наук, ст. преп.
Липатова А.В.

Казань

Содержание

1.	Цели и задачи учебной дисциплины	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины	7
4.	Структура и содержание дисциплины	9
4.1	Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций	10
4.2	Содержание дисциплины по темам (разделам)	11
4.3	Планы практических и семинарских занятий	14
5.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	18
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	23
8.	Оценка компетенций по изучаемой дисциплине	24
	Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	28
	Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	29

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Информационные процессы являются своеобразным отражением социальной действительности и протекающих в обществе процессов, в том числе в ходе реализации молодежной политики в сферах труда, права, политики, науки и образования, культуры и спорта, здравоохранения, взаимодействия с государственными и молодежными общественными объединениями. Сегодня информационная политика оказывает огромное влияние на все сферы человеческой деятельности, и освоение техник и методов формирования эффективного информационного поля позволяет добиваться максимального эффекта от различных форм взаимодействия с молодежью. Активно развивается государственная молодежная политика, направленная на повышение информационной компетентности молодежи. Также развиваются методы и каналы информационного воздействия, информационные технологии, придающие дополнительную ценность реализуемым социальным проектам.

Все это обуславливает необходимость подготовки таких специалистов, которые не только имеют теоретические знания и практические навыки в области информационной деятельности, но и умеют применить их в ситуации постоянных изменений. Изучение основ принципов отбора информации, методики построения каналов информирования, реализации молодежных информационных проектов способствует применению различных технологий в целях выстраивания эффективного взаимодействия, что является ключевым моментом в процессе реализации молодежной политики.

Цель дисциплины - сформировать у будущего бакалавра по направлению 39.03.03 «Организация работы с молодежью» информационную компетентность, необходимую для информационного обеспечения молодежи, реализации проектов информирования молодежи и развития молодежных информационных проектов.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о современных тенденциях развития молодежной политики в сфере развития молодежной компетенции;
- дать систематизированное представление об информационных стратегиях в области государственной молодежной политики;
- ознакомить с основными моделями планирования информационной деятельности;
- сформировать навыки решения информационных проблем в процессе работы с молодежью;
- привить навыки формирования информационного пространства, анализа каналов и ресурсов информирования молодежи;
- научить применять различные технологии организации деятельности информационных молодежных служб.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. До начала изучения дисциплины «Информационное обеспечение работы с молодежью» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций, полученных в результате изучения дисциплин Социология, Социальная психология, Культура и межкультурные взаимодействия в современном мире, Основы эффективных коммуникаций, Психологические основы работы с молодежью. Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:

Обеспечивающие учебные дисциплины:

Социология,
Социальная психология,
Культура и межкультурные взаимодействия в современном мире,
Основы эффективных коммуникаций
Психологические основы работы с молодежью

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

Обеспечиваемые учебные дисциплины:

Управление молодежными проектами
Межэтническая коммуникация в молодежной среде

В результате изучения дисциплины **«Социология»** у студентов были сформированы знания теоретических основ развития общества, закономерностях его функционирования, социальных институтах, отношениях между группами людей; умения по анализу механизмов функционирования и развития общества и его структур, по анализу массового поведения и социальных действий отдельных групп и поведения индивидуумов; навыки по разработке социальных программ и проектов, по прогнозированию социальных явлений и управления ими.

В результате изучения дисциплины **«Социальная психология»** у студентов были сформированы знания психологических основ управления, лидерства, трудовых отношений; умение различать психосоциотипы людей, формировать команды и управлять ими, проводить социально-психологические исследования в коллективе; владеть навыками составления психологического портрета личности, самоменеджмента, публичного выступления.

В результате изучения дисциплины **«Психологические основы работы с молодежью»** у студентов были сформированы знания основных категорий и

понятий психологии молодежи; различных направлений психологической работы с молодежью; методов и приемов разрешения возрастных кризисов; умения применять психодиагностический комплекс в исследовании проблем молодежи; разрабатывать психологические программы работы с молодежью; навыки работы с молодыми людьми и навыками установления контакта с ними; методологией разработки и проведения психологических исследований подростков и молодежи.

В результате изучения дисциплины **«Культура и межкультурные взаимодействия в современном мире»** у студентов были сформированы знания основных теоретических концепций культуры и ее роли в процессе взаимодействия; умения анализировать проблемы взаимодействия культур; выявлять противоречивый характер культуры как явления в современных межкультурных коммуникациях; навыки применения исследовательских подходов к разработке отдельных проблем культуры и межкультурного взаимодействия.

В результате изучения дисциплины **«Основы эффективных коммуникаций»** у студентов были сформированы знания основ коммуникационного процесса в контексте цифровизации и развития информационного общества; умение выстраивать деловую коммуникацию с учетом этических норм, формулировать убедительную аргументацию, анализировать коммуникационные процессы и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; навыки выстраивания эффективной деловой коммуникации, в том числе с использованием интерактивных мультимедийных средств, Интернет-платформ, социальных сетей и т.д.

3.Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению 39.03.03 «Организация работы с молодёжью»:

ПК-2 «Способен к осуществлению и развитию проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности в молодежной среде».

ПК-4 «Способен применять социальные технологии (в том числе инновационные) по работе с молодежью и при осуществлении работы по организации мероприятий в сфере молодежной политики».

ПК-6 «Способен информировать молодежь о реализации, программ, проектов и мероприятий по основным направлениям молодежной политики».

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты соотнесённые с индикаторами достижения компетенций.

Декомпозиция компетенции

Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
Компетенция ПК-2	
ПК-2.2. Разрабатывает проекты и программы, способствующие повышению результативности и эффективности работы по решению актуальных проблем и поддержку молодежных инициатив	ПК-2.2 З.2 Знает механизмы организации информационного сопровождения проектов и программ ПК-2.2 У.2 Умеет осуществлять поиск, верификацию и интерпретацию данных, необходимых для разработки и мониторинга молодежных проектов, выстраивать информационно-аналитическое обеспечение программ, направленных на решение актуальных проблем и поддержку инициатив ПК-2.2 В.2 Владеет базовыми навыками создания информационных продуктов, дашбордов и отчетных материалов для обоснования и презентации проектов, а также практическими приемами использования цифровых платформ и технологий искусственного интеллекта для аналитики, визуализации данных и коммуникационного сопровождения молодежных программ
Компетенция ПК-4	
ПК-4.3. Проводит работы по продвижению и популяризации позитивного опыта реализации социальных услуг в сфере молодежной политики	ПК-4.3.З.11.Знает основные методы, каналы и PR-инструменты для продвижения и позиционирования положительного опыта в сфере молодежной политики, ПК-4.3.У.11. Умеет сформировать в общественном сознании позитивный образ проектной деятельности по реализации

	социальных услуг в молодежной политике ПК-4.3.В.11. Владеет практическими навыками проведения PR-кампаний, направленных на продвижение социальных услуг в области молодежной политики
Компетенция ПК-6	
ПК-6.1. Систематизирует и интерпретирует информацию о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах программ в сфере работы с молодежью	ПК-6.1 З.1 Знает нормативно-методическую базу и архитектуру программ в сфере молодежной политики, принципы систематизации и интерпретации данных о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах, а также современные форматы, каналы и алгоритмы информирования молодежной аудитории ПК-6.1 У.1 Умеет проводить сбор, структурирование и смысловую адаптацию программной документации, выстраивать понятные и адресные информационные сообщения о реализации молодежных проектов и мероприятий, применять цифровые платформы для их распространения, вовлечения аудитории и обратной связи ПК-6.1 В.1 Владеет навыками создания информационных продуктов и визуализации программных данных, методами цифрового продвижения молодежных инициатив, а также современными цифровыми инструментами и технологиями искусственного интеллекта (для аналитики восприятия, таргетирования контента и автоматизации коммуникаций), направленными на эффективное информирование молодежи об основных направлениях молодежной политики
ПК-6.2. Владеет технологиями адаптации информационного контента под разные целевые группы, каналами коммуникации и форматами взаимодействия с молодежной аудиторией	ПК-6.2 З.2 Знает методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта ПК-6.2 У.2 Умеет проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного

	интеллекта ПК-6.2 В.2 Владеет базовыми навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив, с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины по очному обучению составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление «Организация работы с молодежью» Дисциплина: «Информационное обеспечение работы с молодежью» Очная форма обучения					
Название модулей	Кол-во ауди-торных часов		Самос-тоятельная работа	Всего часов	Индикаторы компетенции
	Лек-ции	Прак-тика			
Модуль 1. Информационное обеспечение в системе молодежных коммуникаций					
Тема 1. Понятие «информация». Информационные процессы в обществе и модели управления ими. Работа с информацией в условиях цифровизации *	2	2	4	8	ПК-2.2.
Тема 2. Формы организации, каналы и ресурсы информирования молодежи. Социальные сети*	2	2	4	8	
Тема 3. Развитие молодежных СМИ: особенности структуры информации. Блогосфера *	2	2	4	8	
Модуль 2. Планирование и проектирование социальной рекламной кампании					
Тема 4. Формы, виды и технологии создания и распространения социальной рекламы*	3	3	5	11	ПК-4.3.
Тема 5. Планирование социальной рекламной кампании в области работы с молодежью*	3	3	5	11	
Тема 6. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы*	3	3	5	11	
Модуль 3. PR-методы информационного развития молодежных проектов					
Тема 7. Методы выстраивания взаимоотношений с медиаканалами*	3	3	5	11	ПК-6.1.
Тема 8. PR-технологии антикризисного управления посредством медиа*	3	3	5	11	
Тема 9. Методы оценки и мониторинга информационного поля в процессе взаимодействия с молодежью. Работа с Big Data*	3	3	5	11	

Модуль 4. Продвижение информационных проектов в области работы с молодежью					
Тема 10. Разработка молодежных информационных проектов: специфика, требования, опыт реализации в регионах РФ*	2	2	4	8	ПК-6.2.
Тема 11. Государственная политика в сфере информационной работы с молодежью *	2	2	4	8	
Тема 12. Организация молодежных информационных служб*	2	2	4	8	
Подготовка к экзамену			**30**	**30**	
Итого по курсу:	**30**	**30**	**84**	**144**	

Общая трудоемкость дисциплины по заочному обучению составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление «Организация работы с молодежью» Дисциплина: «Информационное обеспечение работы с молодежью» Заочная форма обучения					
Название модулей	Кол-во аудиторных часов		Самостоятельная работа	Всего часов	Индикаторы компетенции
	Лекции	Практика			
Модуль 1. Информационное обеспечение в системе молодежных коммуникаций					
Тема 1. Понятие «информация». Информационные процессы в обществе и модели управления ими. Работа с информацией в условиях цифровизации *	1	0	8	9	ПК-2.2.
Тема 2. Формы организации, каналы и ресурсы информирования молодежи. Социальные сети*	1	0	8	9	
Тема 3. Развитие молодежных СМИ: особенности структуры информации. Блогосфера*	0	1	8	9	
Модуль 2. Планирование и проектирование социальной рекламной кампании					
Тема 4. Формы, виды и технологии создания и распространения социальной рекламы*	0	1	8	9	ПК-4.3.
Тема 5. Планирование социальной рекламной кампании в области работы с молодежью*	1	0	8	9	
Тема 6. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы*	1	1	8	10	
Модуль 3. PR-методы информационного развития молодежных проектов					
Тема 7. Методы выстраивания взаимоотношений с медиаканалами*	0	0	8	8	ПК-6.1.
Тема 8. PR-технологии антикризисного управления посредством медиа*	1	1	8	10	
Тема 9. Методы оценки и мониторинга информационного поля в процессе взаимодействия с молодежью. Работа с Big Data*	1	1	8	10	
Модуль 4. Продвижение информационных проектов в области работы с молодежью					

Тема 10. Разработка молодежных информационных проектов: специфика, требования, опыт реализации в регионах РФ	0	1	8	9	ПК-6.2.
Тема 11. Государственная политика в сфере информационной работы с молодежью *	1	1	8	10	
Тема 12. Организация молодежных информационных служб*	1	1	10	12	
Подготовка к экзамену			**30**	**30**	
Итого по курсу:	**8**	**8**	**128**	**144**	

*Данная тема изучается с элементами интерактивных методов обучения.

Пояснительная записка с этапами формирования компетенций

Данный модульный курс состоит из 4-х модулей, порядок освоения которых включает траекторию и этапы формирования компетенции.

Модуль 1 Информационное обеспечение в системе молодежных коммуникаций представлен тремя учебными темами.

В результате сдачи модуля студент должен:

знать механизмы организации информационного сопровождения проектов и программ

уметь осуществлять поиск, верификацию и интерпретацию данных, необходимых для разработки и мониторинга молодежных проектов, выстраивать информационно-аналитическое обеспечение программ, направленных на решение актуальных проблем и поддержку инициатив

владеть базовыми навыками создания информационных продуктов, дашбордов и отчетных материалов для обоснования и презентации проектов, а также практическими приемами использования цифровых платформ и технологий искусственного интеллекта для аналитики, визуализации данных и коммуникационного сопровождения молодежных программ

По результатам освоения модуля 1 проводится тестирование, проходит защита и конкурс докладов, решаются ситуационные задания, оценивается работа на семинарах.

Модуль 2 Планирование и проектирование социальной рекламной кампании включает три темы.

В результате сдачи модуля студент должен:

знать основные методы, каналы и PR-инструменты для продвижения и позиционирования положительного опыта в сфере молодежной политики,

уметь сформировать в общественном сознании позитивный образ проектной деятельности по реализации социальных услуг в молодежной политике

владеть практическими навыками проведения PR-кампаний, направленных на продвижение социальных услуг в области молодежной политики

Уровень освоения полученных знаний, умений и навыков проверяется участием в семинарах решением ситуационных заданий, защитой докладов.

Модуль 3. PR-методы информационного развития молодежных проектов

В результате сдачи модуля студент должен:

знать нормативно-методическую базу и архитектуру программ в сфере молодежной политики, принципы систематизации и интерпретации данных о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах, а также современные форматы, каналы и алгоритмы информирования молодежной аудитории

уметь проводить сбор, структурирование и смысловую адаптацию программной документации, выстраивать понятные и адресные информационные сообщения о реализации молодежных проектов и мероприятий, применять цифровые платформы для их распространения, вовлечения аудитории и обратной связи

владеть навыками создания информационных продуктов и визуализации программных данных, методами цифрового продвижения молодежных инициатив, а также современными цифровыми инструментами и технологиями искусственного интеллекта (для аналитики восприятия, таргетирования контента и автоматизации коммуникаций), направленными на эффективное информирование молодежи об основных направлениях молодежной политики

Уровень освоения полученных знаний, умений и навыков проверяется участием в семинарах решением ситуационных заданий, защитой докладов.

Модуль 4. Продвижение информационных проектов в области работы с молодежью включает три темы.

В результате сдачи модуля студент должен:

знать методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта

уметь проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта

владеть базовыми навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив, с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта

Уровень освоения полученных знаний, умений и навыков проверяется контрольной работой, защитой творческих эссе, решением ситуационных заданий, исследовательских проектов и участием в деловой игре.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. Понятие «информация». Информационные процессы в обществе и модели управления ими. Работа с информацией в условиях цифровизации

Понятия «информация» и «управление». Информация как стратегический ресурс работы с молодежью. Теории информационного общества. Концептуальные подходы и принципы организации. Организация информационной деятельности в системе организации работы с молодежью. Информационные процессы и информационные технологии. Принципы планирования информационных кампаний. Типология федеральных, региональных и муниципальных информационных систем. Информационно-аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческих решений. Исследовательские программы изучения информационных потребностей молодежи.

Работа с информацией в условиях цифровизации. Концептуальные подходы и принципы организации коммуникации в цифровом пространстве. Информационные процессы и информационные технологии. VUCA-мир и цифровая среда. Неопределенность. Третья информационная революция. Цифровая трансформация. Цифровая экономика. Сквозные технологии. Большие данные. Искусственный интеллект. Системы распределенного реестра. Технологии беспроводной связи. Технологии виртуальной и дополненной реальностей. Выбор правильных инструментов при создании нового и его тиражирования.

Тема 2. Формы организации, каналы и ресурсы информирования молодежи. Социальные сети

Официальные и неофициальные источники информации. Классификация каналов информирования. Актуальность подачи информация для различных групп общественности. Референтная источниковая группа. Базы данных о молодежи и базы данных для молодежи. Поиск информации: особенности и технологии. Целевая аудитория и ее основные характеристики. Виды групп общественности и специфика выстраивания гармоничных отношений с учетом особенностей групп. Специфика коммуникации, направленной на стимулирование в сегментах b-2-b, b-2-c, b-2-p. Коммуникационные каналы и формы организации коммуникаций с группами общественности. Особенности взаимодействия с молодежью. Побудительные мотивы, используемые в коммуникационных сообщениях, направленных на молодежную аудиторию.

Разнообразие современных ИКТ, применение ИКТ в PR. Профессия SMM-специалиста, блогеры как лидеры мнений. История возникеновения и развития социальных сетей: Classmates.com, Facebook, ВКонтакте, видеохостинг Youtube, Twitter, WhatsApp, Telegram. Отличительные особенности социальной сети как канала коммуникации и эффективного продвижения.

Тренды в развитии социальных сетей (ультра-таргетированный контент, сторителлинг, повышение значимости видеоконтента и т.д.). Формат мультиканальных медиа. Алгоритм создания контента в социальной сети,

методы составления контент-плана, рутинная поддержка активности в группе. Механизмы увеличения охватов, ошибки в контент-менеджменте социальных сетей.

Тема 3. Развитие молодежных СМИ: особенности структуры информации. Блогосфера

Система средств массовой коммуникации: типология печатных и электронных СМИ по распространению, периодичности, тиражу, охвату целевой аудитории и другим признакам. Масс-медиа как основной канал информационного воздействия. Управление информацией и конструирование новостей: этапы, логика и механизмы управления информацией; приемы создания и усиления новостей; основной и дополнительный «вес новости». Исследование жанров журналистики как многообразия форм подачи информации. Обзорные статьи и авторские материалы в молодежных СМИ. Особенности развития молодежных СМИ в России.

Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. Проблемы манипуляции, дезинформации, умалчивания в работе с массовой аудиторией. Формирование и ведение баз медиа-данных. Механизмы лоббирования интересов молодежной политики в средствах массовой информации.

Блогосфера как средство выражения молодого поколения. Позитивное и негативное влияние блоггинга на процесс личностного самоутверждения. Два содержания процесса: чтение блога и авторство. Функции блога, разнообразие блогосферы, наполнение контента, поляризация мнений. Отстаивание взглядов, продвижение проектов, коммерциализация блога. Перенос событий из реальной жизни в блог: искажение картины, уровень ответственности, аргументация. Блогосфера как бесконечный комментарий. Буллинг и хейтерство в Интернете: понятие, виды, методы работы с негативными комментариями.

Тема 4. Формы, виды и технологии создания и распространения социальной рекламы

Основные элементы социальной рекламы. Основание. Агент перемен. Целевая аудитория. Стратегия изменений. Разнообразие форм социальной рекламы. Реклама, направленная на формирование общественного мнения. Реклама, привлекающая внимание к социальным проблемам и меняющая поведение индивида. Реклама, поддерживающая государственную молодежную политику. Технологии, направленные на укрепление институтов гражданского общества; демонстрацию социально ответственности; изменение поведенческих моделей в обществе. Научный и творческий подход к созданию рекламного продукта. Наружная, печатная, радио-, видео- социальная реклама. Традиционный и инновационный подходы к созданию рекламного сообщения как социальной коммуникации. Технологии интерактивного взаимодействия в социальной рекламе.

Тема 5. Планирование социальной рекламной кампании в области работы с молодежью

Понятие «рекламная кампания». Этапы рекламной кампании. Ситуационный анализ. Цели рекламной кампании. Целевая аудитория. Бюджет рекламной кампании. Рекламные средства и носители рекламы. Ведущее лицо рекламной кампании. Этапы разработки рекламной кампании: описание общего взгляда, определение намерений и целей, целевой аудитории, создание ключевых сообщений, выбор средств распространения рекламного сообщений, определение общего подхода, тактики, графика, расходов, оценка эффективности.

Географические, социально-демографические, психографические и поведенческие характеристики целевой аудитории. Исследование внешних и внутренних групп общественности. Выбор канала коммуникации. Особенности технологий социальной рекламы в области молодежной политики.

Тема 6. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы

Дизайн в социальной рекламе. Основы композиции. Средства композиции: пропорция, масштаб, контраст, статика и динамика, симметрия и асимметрия, ритм. Цвет как художественное средство рекламы. Восприятие цвета человеком. Психология цвета в рекламе. Восприятие вербальной информации. Средства рекламного дизайна. Креатив в социальной рекламе. Креатив, креативность и креативный продукт. Формы реализации креатива в рекламном продукте. Правила визуализации. Визуальное оформление социальной рекламы. Вербальная составляющая социальной рекламы. Социальный слоган. Слоган как концентрация социального послания. Направления слоганов социальной рекламы. Типология социальных текстов. Стилистика социальной рекламы. Стилевые принципы социальной рекламы. Образные средства в создании текстов социальной рекламы. Партизанская социальная реклама.

Тема 7. Методы выстраивания взаимоотношений с медиаканалами

Система средств массовой коммуникации: типология печатных и электронных СМИ по распространению, периодичности, тиражу, охвату целевой аудитории и другим признакам. Масс-медиа как основной канал PR-воздействия. Управление информацией и конструирование новостей: этапы, логика и механизмы управления информацией; приемы создания и усиления новостей; основной и дополнительный «вес новости». Исследование жанров журналистики как многообразия форм подачи информации. Обзорные статьи и авторские материалы. Особенности PR-текста в СМИ: тактические и стратегические цели, стилистика, визуальное оформление. Особенности развития молодежных СМИ в России.

Аккредитация журналистов пресс-службами. Предоставление информационных услуг. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации.

Проблемы манипуляции, дезинформации, умалчивания в работе с массовой аудиторией. Роль специалиста по связям с общественностью в выстраивании сотрудничества со СМИ. Формирование и ведение баз медиа-данных. Механизмы лоббирования интересов PR-объекта в средствах массовой информации.

Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы. Блогер-лидер мнения как авторитетный член блогосообщества. Анализ специфики и эффективности деятельности блогеров-лидеров мнений, их отличительные характеристики и типы. Специфика взаимодействия блогеров-лидеров мнения и их аудитории, формы и уровни активности пользователей. Перспективы взаимодействий блогеров-лидеров мнений и журналистов.

Тема 8. PR-технологии антикризисного управления посредством СМИ

Кризис-менеджмент как метод устранения риска и неопределенности. Кризис-менеджмент в экстремальных обстоятельствах, регулирование проблем в сфере молодежной политики. Профилактика кризиса, анализ общественных настроений. Программирование управления кризисными ситуациями. Честность и открытость как выход из кризисной ситуации. Завоевание доверия общества в посткризисную фазу. Социальная ответственность как гарант доверия. Типология кризисов. Циклическая природа кризиса. Фазы кризиса и методы PR-деятельности на каждом этапе. Кризис как импульс к постоянным инновациям и выработке нестандартных подходов. Спиндокторинг посредством СМИ.

Тема 9. Методы оценки и мониторинга информационного поля в процессе взаимодействия с молодежью. Работы с Big Data

Исследование и формулирование проблем, стоящих в области работы с молодежью. Коммуникационный аудит. Исследование внешних и внутренних групп общественности. Выбор методов исследования. Первичные исследования. Прямое наблюдение. Глубинные, экспертные и фокусированные интервью. Модератор и его задачи в проведении фокус-групп. Современные методики обработки статистически значимых массивов данных. Повторные (мониторинговые и сравнительные) исследования.

Методы оценки эффективности информационной деятельности в области работы с молодежью. Мониторинг состояний информационной среды. Методы сбора информации. Первичные и вторичные источники информации. Современные методики системного анализа. Ситуационный анализ. Факторный анализ. Коммуникационный анализ. Контент-анализ. Определение соответствия главных направлений информационной кампании общим целям коммуникационной молодежной политики. Определение эффекта, конкретного результата кампании. Обеспечение соответствия формы и содержания коммуникаций требованиям государственного и профессионального регулирования и морально-этическим нормам общества.

Использование статистики; вторичные исследования; тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет; социологические

исследования аудитории, общественного мнения, контент-анализ нарратива цифровой среды. Обзор аналитики данных: Python, R, Java, C++, SPSS, Cognos, SAS, MATLAB, Scala, Linux, Hadoop, Stata, Eviews, HIVE, Spark, MongoDB, Couchbase, Machine Learning, Pig, InfluxDB, Big Data, Data Mining, Text Mining, Data Science.

Риски при работе с Большими данными. Ошибки и пропущенные значения в данных. Репрезентативность и неверно определенная целевая аудитория. Хранение данных. Отличие данных для обучения и тестирования. Многообразие видов, форм и способов предоставления одних и тех же данных, манипуляция данными.

Тема 10. Разработка молодежных информационных проектов: специфика, требования, опыт реализации в регионах РФ

Особенности реализации различных проектов информирования молодежи. Специфика и требования к разработке проектов. Критерии популярности информационных источников. Критерии популярности ведущего, модератора. Лидеры мнений в молодежной субкультуре: их роль, влияние, актуальность. Методы оценки популярности.

Четыре шага в проектной информационной деятельности в области работы с молодежью: определение проблем, планирование и программирование, действие и коммуникация, оценка программы. Этапы разработки PR-кампании: описание общего взгляда, определение намерений и целей, целевой аудитории, создание ключевых сообщений, выбор средств распространения PR-сообщений, определение общего подхода, тактики, графика, расходов, оценка эффективности.

Опыт реализации проектов информирования молодежи в регионах РФ. Типология проектов информирования молодежи. Общее и особенное в различных проектах информирования молодежи. Специфика и требования к разработке проектов: учет возрастных, региональных, социальных, и иных особенностей аудитории. Информационное насыщение проекта. Региональные проекты информирования молодежи: цели, задачи, механизмы реализации.

Тема 11. Государственная политика в сфере информационной работы с молодежью

Методы увеличения активности молодежи в социально-политическом процессе. Государственное регулирование в сфере молодежной политики РФ. Разработка и осуществление программы гражданского воспитания молодежи. Привлечение молодежи к работе органов государственной власти. Методы информирования молодежи о процессах, происходящих в обществе. Разработка демократических норм с участием молодежи. Лоббирование интересов молодежи в государственных органах. Методы повышения правовой политической культуры. Привлечение молодежи к руководству в различных областях. Мероприятия по привлечению большего количества избирателей в день голосования. Технологии убеждения избирателей в необходимости участия

в выборах. Разработка и реализация новых инициатив в государственной молодежной политике с участием активной молодежи.

Тема 12. Организация молодежных информационных служб

Исторические предпосылки организации информационных служб по освещению молодежной тематики в России и за рубежом. Особенности развития информационных молодежных служб в историческом контексте России. Анализ формирования имиджа молодежной культуры, молодежной субкультуры, контркультуры в России. Профессионально-коммуникативная компетентность как фактор, влияющий на формирование имиджа в сфере работы с молодежью.

Пресс-службы. Предоставление информационных услуг. Аккредитация журналистов пресс-службами. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации. Проблемы манипуляции, дезинформации, умалчивания в работе с массовой аудиторией. Роль специалиста по связям с общественностью в выстраивании сотрудничества со СМИ по молодежной тематике.

4.3. Планы практических и семинарских занятий

Семинар 1. Понятие «информация». Информационные процессы в обществе и модели управления ими. Работа с информацией в условиях цифровизации

Сценарий занятия:

- анализ учебной литературы, рекомендации по выбору источников;
- предоставление студентам на самостоятельную работу тем докладов на семинар;
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите основное понимание терминов «информация» и «управление» на современном этапе. Каким образом они взаимосвязаны?
2. В чем заключается стратегический ресурс информации в процессе работы с молодежью?
3. Назовите теории информационного общества.
4. Какие концептуальные подходы и принципы организации вы можете назвать?
5. Как организована сфера информационного обеспечения в системе работы с молодежью?
6. В чем заключаются принципы планирования информационных кампаний?
7. Охарактеризуйте типологию федеральных, региональных и муниципальных информационных систем.
8. Какова роль информационно-аналитических центров в процессе принятия управленческих решений в сфере молодежной политики?
9. Какими методами изучаются информационные потребности населения?

10.Опишите структуру и направление деятельности пресс-служб федерального и субъектного уровней.
11.Назовите средства удовлетворения потребностей молодежи в социальной информации.

Семинар 2. Формы организации, каналы и ресурсы информирования молодежи. Социальные сети

Сценарий занятия:
– опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
– решение практических задач по переложению материала из стандартного формата – в формат с применением новых технологий (с ресурсами инфографики Canva, Easel.ly и др.);
– составление глоссария при работе с понятийным аппаратом;
– закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:
1. Какие вы можете назвать официальные и неофициальные источники информации?
2. В чем заключается актуальность подачи информация для различных групп общественности?
3. Что такое референтная источниковая группа?
4. Как формируются базы данных о молодежи и базы данных для молодежи?
5. В чем особенность технологии поиска информации в сфере работы с молодежью?
6. В чем заключается специфика выстраивания гармоничных отношений с учетом особенностей групп?
7. Каким образом выстраивается коммуникация, направленная на стимулирование в сегментах b-2-b, b-2-c, b-2-p?
8. Какие коммуникационные каналы и формы организации коммуникаций с группами общественности вы можете назвать? В чем выражается специфика взаимодействия с молодежью?
9. Раскройте суть работы побудительных мотивов, используемых в коммуникационных сообщениях в социальных сетях.
10. Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения.

Семинар 3. Развитие молодежных СМИ: особенности структуры информации. Блогосфера

Сценарий занятия:
- конкурс докладов на тему «Взаимоотношения с молодежными массмедиа» по следующим направлениям:
1. Жанровое многообразие материалов для молодежных средств массовой информации.

2. Механизмы информационного освещения молодежной политики в средствах массовой информации и блогосфере.
3. Лидеры мнений в блогосфере.
- решение кейсов на определение типологии текста: журналистский, рекламный, корпоративный;
- решение кейсов на выявление эффективных методик выстраивания диалога со СМИ;
- закрепление изученного материала;
- подведение итогов работы студентов.

Практическое занятие 4. Формы, виды и технологии создания и распространения социальной рекламы

Сценарий занятия:
- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- лабораторный практикум с использованием методов исследования форм, видов и технологий социальной рекламы (анализ видеороликов, печатной и наружной рекламы и экспертных оценок);
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:
1. Выделите основные элементы социальной рекламы, присущие всем видам рекламы и характерные для каждого из них (ТВ, радио, печать Интернет и т.д.)
2. Охарактеризуйте разнообразие форм социальной рекламы.
3. Каким образом социальная реклама формирует общественное мнение и меняет мировоззренческие установки?
4. Назовите технологии социальной рекламы, которые привлекают внимание к социальным проблемам и меняют поведение индивида?
5. Какие способы используются в социальной рекламы, которая поддерживает государственную молодежную политику?
6. Выделите научный и творческий подходы к созданию рекламного продукта.
7. В чем выражаются интерактивное взаимодействие в социальной рекламе?

Лабораторный практикум 5. Планирование социальной рекламной кампании в области работы с молодежью

Сценарий занятия:
- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- защита исследовательского проекта по анализу планирования в социальной рекламе на примере проектов в области работы с молодежью в России (проекты лидерства, добровольчества, решения социальных проблем и т.д.);
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение понятию «рекламная кампания».
2. Перечислите этапы рекламной кампании.
3. Опишите механизмы ситуационного анализа.
4. Как правильно формулировать цель рекламной кампании?
5. По каким параметрам сегментируется целевая аудитория социальной рекламной кампании?
6. Какие способы бюджетирования существуют в планировании рекламной кампании?
7. Каким образом проходит выбор средств распространения рекламных сообщений, определение общего подхода, тактики, графика, расходов, оценка эффективности?
8. Каким образом проходит выбор канала коммуникации?
9. В чем заключаются особенности технологий социальной рекламы в области молодежной политики?

Практическое занятие 6. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы

Сценарий занятия:

- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- выступление с проектами, выполненными в командах по 3-4 человека, по темам:
  1. Конструирование социальных проблем в средствах массовой информации (на примере наркомании, бытового алкоголизма, домашнего насилия и т.д.);
  2. Особенности ведения молодежной политики в России посредством социального PR (с использованием примеров).
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Опишите основы дизайна в социальной рекламе. Каким образом используется цвет, форма, композиция, архетипичне образы?
2. Каким образом на человека влияет цветовая гамма? В чем выражается психология цвета в рекламе?
3. Как работает креатив в социальной рекламе?
4. Опишите роль слогана как социального послания.
5. Дайте характеристику типологии социальных текстов.
6. Какие стилевые принципы используются в социальной рекламе?
7. Какие существуют образные средства в создании текстов социальной рекламы?
8. Как работают технологии партизанской социальной рекламы?

Семинар 7. Методы выстраивания взаимоотношений с медиаканалами

Сценарий занятия:

- решение кейсов на определение типологии текста: журналистский, рекламный, корпоративный;
- решение кейсов на выявление эффективных методик выстраивания диалога со массмедиа и блогосферой;
- закрепление изученного материала;
- подведение итогов работы студентов.

Семинар 8. PR-технологии антикризисного управления посредством медиа

Сценарий занятия:

- конкурс творческих эссе на тему взгляда студента на выход из кризисной ситуации (на примере, взятом из взаимодействия с молодежью);
- решение кейсов на выявление эффективных методик профилактики кризиса и спиндокторинга;
- закрепление изученного материала;
- подведение итогов работы студентов.

1. Каким образом работает метод устранения риска и неопределенности в антикризисном PR?
2. Как регулируются проблемы в сфере работы с молодежью при экстремальных обстоятельствах?
3. В чем заключается ценность профилактики кризиса и анализа общественных настроений?
4. Каким образом программируется управление кризисными ситуациями посредством СМИ? Как формируется план антикризисного реагирования?
5. Как осуществлять PR-взаимодействие со СМИ и группами общественности на каждом этапе кризиса?
6. Какие существуют модели выхода из кризисной ситуации?
7. Как завоевать доверие общества в посткризисную фазу?
8. Что такое социальная ответственность и какова ее роль в антикризисном PR-управлении?
9. В чем заключена двойственность природы кризиса?

Семинар 9. Методы оценки и мониторинга информационного поля в процессе взаимодействия с молодежью. Работа с Big Data

Сценарий занятия:

- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- лабораторный практикум по исследованию социальной проблемы в молодежной среде (ПО: Google Slides, Google Form, доска Trello, LMS Moddles);
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие существуют методы оценки эффективности информационной кампании в работе с молодежью?
2. Каким образом проводится мониторинг состояний информационной среды?
3. Какие существуют современные методики системного анализа?
4. Как правильно определить соответствие главных направлений информационной кампании общим целям коммуникационной молодежной политики?
5. По каким показателям определяется эффект от информационной кампании?
6. Что такое Big Data и как Большие данные можно применять в анализе информационной молодежной среды.

Практическое занятие 10. Разработка молодежных информационных проектов: специфика, требования, опыт реализации в регионах РФ

Сценарий занятия:

- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- анализ реализации проекта информирования молодежи в регионе РФ (на выбор студента);
- защита проекта информирования молодежи с целями на выбор (проекты лидерства, добровольчества, решения социальных проблем и т.д.);
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем особенность реализации различных проектов информирования молодежи.
2. Назовите критерии популярности информационных источников, популярности ведущего, модератора.
3. Каковы роль и влияние лидеров мнений в молодежной субкультуре?
4. Дайте оценку программе, соблюдены ли четыре шага в области PR-менеджмента?
5. Четко ли в программе сформулирована проблема?
6. Выделите в программе этапы разработки PR-кампании.
7. Определите намерения и цели PR-программы.
8. В чем заключается воздействие на целевую аудиторию через ключевые сообщения?
9. Каким образом делается выбор средств распространения рекламы и PR-сообщений?
10. В чем специфика и требования к разработке проектов с учетом возрастных, региональных, социальных и иных особенностей аудитории?

Семинар 11. Государственная политика в сфере информационной работы с молодежью

Сценарий занятия:

- конкурс творческих эссе на тему взгляда студента на соотношение государственного регулирования и саморегулирования в сфере работы с молодежью;
- решение кейсов по методам повышения правовой политической культуры в молодежной среде;
- закрепление изученного материала;
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите методы увеличения активности молодежи в социально-политическом процессе.
2. Как происходит государственное регулирование в сфере молодежной политики РФ?
3. Как молодежь привлекается к работе органов государственной власти?
4. Назовите методы информирования молодежи о процессах, происходящих в обществе.
5. Как происходит лоббирование интересов молодежи в государственных органах?
6. Как проходит разработка и реализация новых инициатив в государственной молодежной политике с участием активной молодежи?

Практическое занятие 12. Организация молодежных информационных служб

Сценарий занятия:

- работа с понятийным аппаратом и закрепление изученного материала;
- деловая игра на закрепление профессиональных навыков по организации молодежных информационных служб;
- подведение итогов работы студентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы исторические предпосылки организации информационных служб по освещению молодежной тематики в России и за рубежом?
2. В чем особенности развития информационных молодежных служб в историческом контексте России?
3. Анализ формирования имиджа молодежной культуры, молодежной субкультуры, контркультуры в России.
4. Как профессионально-коммуникативная компетентность влияет на формирование имиджа в сфере работы с молодежью.
5. Как организована работа пресс-служб?
6. Как проходит аккредитация журналистов пресс-службами?

7. Как проводится мониторинг информационной среды?
8. Как отражаются на общественном мнении проблемы манипуляции, дезинформации, умалчивания?
9. Какова роль специалиста по связям с общественностью в выстраивании сотрудничества со СМИ по молодежной тематике?

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

При подготовке к семинарским занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым семинарским занятием студент изучает план семинарского занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на семинар материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому семинарскому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на семинар или на индивидуальные

консультации. Контрольные работы состоят из вопросов, которые оцениваются по 100 балльной системе в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации учебного процесса и оценки успеваемости студентов, и выполняются в учебные часы по расписанию в виде письменного решения индивидуальных контрольных заданий.

На семинарских занятиях приветствуется способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективное решение поставленных проблем.

Контроль над ходом и результатами самостоятельной работы студентов может осуществляться в сплошной, индивидуальной, выборочной формах.

В процессе самостоятельного изучения студент должен проработать перечисленные ниже темы, для углубления теоретических знаний и практических навыков, на основании методических рекомендаций по самостоятельной работе.

Темы для самостоятельного изучения

1. Теории массовой коммуникации.
2. Цикличные модели информационной деятельности.
3. Организация и проведение PR-кампании в социальной сфере.
4. Роль связей с общественностью в коммуникационном менеджменте.
5. Формирование корпоративной культуры в молодежной среде.
6. Выстраивание взаимодействия с международными организациями.
7. Оценка конкурентоспособности молодежных трендов.
8. Обратная связь с целевой аудиторией.
9. Разработка конкурентных стратегий.
10. Общественная экспертиза, изучение мнений и оценок различных групп общественности.
11. Взаимоотношения с инвесторами.
12. Управление кризисными ситуациями.
13. Архетипы, мифы и ритуалы как символический код.
14. Достоверность информации: критерии.
15. Организация и технологии молодежной информационной политики на предприятии.
16. Информационные войны. Техники манипуляций в современном обществе.
17. Реализация информационной политики в Интернет-коммуникациях.
18. Репутационный менеджмент в Интернете.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Лунева, Е. В. Информационное обеспечение молодежной политики : учебник для вузов / Е. В. Лунева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14106-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/588550

Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586637

2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебник для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/566900

2. Пазухина, С. В. Превентивные технологии защиты детей от вредной информации : учебное пособие для вузов / С. В. Пазухина, С. А. Филиппова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11312-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/587484

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (http://www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» (https://urait.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, видеопроекционное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления "ТИСБИ".

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки результатов обучения рекомендуется использовать модульно-рейтинговую систему оценивания знаний, умений и навыков студентов по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене.

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$C = \frac{M_1 + M_2 + ...M_n}{n} \times 0{,}6$, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$З = К \times 0{,}4$, где К - количество баллов на экзамене;

$И = С + З + П$, где П – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

Оценка уровня сформированности компетенций ПК-2 «Способен к осуществлению и развитию проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности в молодежной среде» в части дисциплины «Информационное обеспечение работы с молодежью».

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Знает на минимальном уровне методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями Умеет по некоторым критериям проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем, в том числе через социальную рекламу Владеет основными навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив	Участие в обсуждениях Участие в лабораторном практикуме Тестирование Контрольная работа Экзамен
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня) (**От 71 до 85 баллов**)**	Знает на базовом уровне методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями Умеет планомерно и комплексно проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании,	Выступление на семинаре Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом Активное участие в лабораторном практикуме Участие в деловой игре Тестирование

		выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем, в том числе через социальную рекламу Владеет базовыми навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив	Контрольная работа Экзамен
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Знает широкий спектр методов формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями Умеет по нескольким группам параметров проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем, в том числе через социальную рекламу Виртуозно владеет навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив	Частые выступления на семинарах Подготовка и выступление с докладом и эссе Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом, обоснованными выводами и предложением рекомендаций Активное участие в лабораторном практикуме с полным анализом и интересными рекомендациями Активное участие в деловой игре Тестирование Контрольная работа Экзамен

Оценка уровня сформированности компетенций ПК-4 «Способен применять социальные технологии (в том числе инновационные) по работе с молодежью и при осуществлении работы по организации мероприятий в сфере молодежной политики» в части дисциплины «Информационное обеспечение работы с молодежью».

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Знает на минимальном уровне основные методы, каналы и PR-инструменты для продвижения и позиционирования положительного опыта в сфере молодежной политики, Умеет фрагментарно формировать в общественном сознании позитивный образ проектной деятельности по реализации социальных услуг в молодежной политике Владеет некоторыми практическими навыками проведения PR-кампаний, направленных на продвижение социальных услуг в области молодежной политики	Участие в обсуждениях Участие в лабораторном практикуме Тестирование Контрольная работа Экзамен
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня) (**От 71 до 85 баллов**)**	Знает основные методы, каналы и PR-инструменты для продвижения и позиционирования положительного опыта в сфере молодежной политики, Умеет сформировать в общественном сознании позитивный образ проектной деятельности по реализации социальных услуг в молодежной политике Владеет базовыми практическими навыками	Выступление на семинаре Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом Активное участие в лабораторном практикуме Участие в деловой игре Тестирование Контрольная работа Экзамен

		проведения PR-кампаний, направленных на продвижение социальных услуг в области молодежной политики	
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Знает широкий спектр основных методов, каналов и PR-инструментов для продвижения и позиционирования положительного опыта в сфере молодежной политики, Умеет сформировать в общественном сознании полную картину позитивного образа проектной деятельности по реализации социальных услуг в молодежной политике Владеет многообразием практических навыков проведения PR-кампаний, направленных на продвижение социальных услуг в области молодежной политики	Частые выступления на семинарах Подготовка и выступление с докладом и эссе Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом, обоснованными выводами и предложением рекомендаций Активное участие в лабораторном практикуме с полным анализом и интересными рекомендациями Активное участие в деловой игре Тестирование Контрольная работа Экзамен

Оценка уровня сформированности ПК-6 «Способен информировать молодежь о реализации, программ, проектов и мероприятий по основным направлениям молодежной политики» в части дисциплины «Информационное обеспечение работы с молодежью».

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Знает нормативно-методическую базу и архитектуру программ в сфере молодежной политики, принципы систематизации и интерпретации данных о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах, а также современные форматы, каналы и алгоритмы информирования молодежной аудитории Умеет применять базовые методы сбора, структурирования и смысловой адаптации программной документации, выстраивать понятные и адресные информационные сообщения о реализации молодежных проектов и мероприятий, применять цифровые платформы для их распространения, вовлечения аудитории и обратной связи Знает методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта Умеет проводить анализ конструирования	Участие в обсуждениях Участие в лабораторном практикуме Тестирование Контрольная работа Экзамен

		социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать простые информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем	
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня)** **(**От 71 до 85 баллов**)**	Знает нормативно-методическую базу и архитектуру программ в сфере молодежной политики, принципы систематизации и интерпретации данных о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах, а также современные форматы, каналы и алгоритмы информирования молодежной аудитории Умеет проводить сбор, структурирование и смысловую адаптацию программной документации, выстраивать понятные и адресные информационные сообщения о реализации молодежных проектов и мероприятий, применять цифровые платформы для их распространения, вовлечения аудитории и обратной связи Знает методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта Умеет проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать	Выступление на семинаре Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом Активное участие в лабораторном практикуме Участие в деловой игре Тестирование Контрольная работа Экзамен

		информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта	
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Знает нормативно-методическую базу и архитектуру программ в сфере молодежной политики, принципы систематизации и интерпретации данных о целях, задачах, ресурсах и ожидаемых результатах, а также современные форматы, каналы и алгоритмы информирования молодежной аудитории Умеет проводить сбор, структурирование и смысловую адаптацию программной документации, выстраивать понятные и адресные информационные сообщения о реализации молодежных проектов и мероприятий, применять цифровые платформы для их распространения, вовлечения аудитории и обратной связи Владеет навыками создания информационных продуктов и визуализации программных данных, методами цифрового продвижения молодежных инициатив, а также современными цифровыми инструментами и технологиями искусственного интеллекта (для аналитики восприятия, таргетирования контента и автоматизации коммуникаций),	Частые выступления на семинарах Подготовка и выступление с докладом и эссе Решение ситуационных заданий (кейсов) с анализом, обоснованными выводами и предложением рекомендаций Активное участие в лабораторном практикуме с полным анализом и интересными рекомендациями Активное участие в деловой игре Тестирование Контрольная работа Экзамен

		направленными на эффективное информирование молодежи об основных направлениях молодежной политики Знает методы формирования молодежного информационного пространства, механизмы взаимодействия с массмедиа и социальными сетями с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта Умеет проводить анализ конструирования социальных проблем и стереотипов в общественном сознании, выстраивать информационные стратегии по решению актуальных молодежных проблем с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта Владеет базовыми навыками формирования информационного пространства, направленного на решение молодежных социальных проблем и продвижение молодежных инициатив, с применением современных цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта	

Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины; с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций. А также ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины.

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на выявление основных причинно-следственных связей, понимания их логики и грамотной формулировки ответа, а также – ориентацию на максимальное удовлетворение потребностей покупателей, т.к. от этого зависит эффективность маркетинга.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую информационную базу. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы в различных формах, активизирующих работу студента.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции. При проведении занятий с помощью интерактивных технологий группа или разбивается на команды или студенты работают индивидуально. Каждая команда или студент обеспечивается необходимой информацией. Занятие проводится в основном в виде решения ситуационных заданий (кейсов), позволяющих освоить методику и приобрести необходимые навыки в организации маркетинговой деятельности. Только после приобретения навыков по решению ситуационных заданий, можно говорить о формировании желаемых компетенций у студентов.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

Приложение 2

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра педагогики и психологии

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации
по дисциплине
«Информационное обеспечение работы с молодежью»

Направление подготовки 39.03.03 Организация работы с молодёжью

Профиль Современные технологии организации работы с молодёжью

Год набора 2026

Казань

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
   2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля
      2.1.1 Выступление на семинаре
      2.1.2 Подготовка и выступление с докладом
      2.1.3 Подготовка и выступление с эссе
      2.1.4 Контрольная работа
      2.1.5 Тестирование письменное
      2.1.6 Решение ситуационных заданий (кейсов)
      2.1.7 Лабораторный практикум
      2.1.8 Деловая игра

   2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля
      2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к экзамену)
      2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к экзамену)

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля / **Формируемые компетенции и их индикаторы**	**ПК-4**	**ПК-2**	**ПК-6**	
	ПК-4.3.	ПК-2.2.	ПК-6.1	ПК-6.2
Формы текущего контроля				
выступление на семинаре	З11	З2	З1	З2
подготовка и выступление с докладом	З11 У11	З2 У2	З1 У1	З2 У2
подготовка и выступление с эссе	З11 У11	З2 У2	З1 У1	З2 У2
контрольная работа	З11	З2	З1	З2
тестирование письменное	З11	З2	З1	З2
решение ситуационных заданий (кейсов)	У11 В11	У2 В2	У1 В1	У2 В2
лабораторный практикум	У11 В11	У2 В2	У1 В1	У2 В2
деловая игра	У11 В11	У2 В2	У1 В1	У2 В2
Формы промежуточного контроля				
экзамен	З11 У11 В11	З2 У2 В2	З1 У1 В1	З2 У2 В2

З- знания, У- умения, В -владение навыками

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля

2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля

2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, выполненных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по проблемным вопросам темы.

Примерные вопросы к семинарским занятиям

Вопросы к семинарам включают оценку закрепления материала, пройденного на лекциях, а также вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом сути товарной стратегии фирмы.

Вопросы на проверку знаний

1. Назовите основное понимание терминов «информация» и «управление» на современном этапе. Каким образом они взаимосвязаны?
2. В чем заключается стратегический ресурс информации в процессе работы с молодежью?
3. Назовите теории информационного общества.
4. Какие концептуальные подходы и принципы организации вы можете назвать?
5. Как организована сфера информационного обеспечения в системе работы с молодежью?

Критерии оценивания выступления на семинаре

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки.	**A**	**100-96**	**5+**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения	**A**	**95-91**	**5**	

темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.				
Дан развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом с незначительной помощью преподавателя.	**A**	**90-86**	**5-**	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**B**	**85-81**	**4+**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
Дан достаточно полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ структурирован, логичен, частично изложен в терминах науки. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.	**C**	**80-76**	**4**	
Дан достаточно полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ структурирован, логичен, частично изложен в терминах науки. Ответы на дополнительные вопросы даются не сразу, изложены недостаточно научным языком, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.	**C**	**75-71**	**4-**	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	**D**	**70-66**	**3+**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью	**E**	**65-61**	**3**	

преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.				
Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя	**E**	**60**	**3-**	
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы	**F**	**Менее 60**	**2**	**Компетенции не сформированы**

2.1.2. Подготовка и выступление с докладом

Доклад является одним из этапов в формировании компетенций обучающегося. Доклад как форма оценочного средства предполагает краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной работы студента. Его задачами являются формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, развитие навыков логического мышления, углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Примерные темы докладов

1. Опыт социальной работы с молодежью в различных регионах мира.
2. Черный PR.
3. Принципы отбора содержания информации для молодежи.
4. Понятие информации. Классификация информации.
5. Нестандартные каналы информирования молодежи.
6. Целевая аудитория и информационное обеспечение.
7. Интернет как особый канал информирования.

Критерии оценивания

Критериями оценки доклада являются: выбор источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса.

Выбор источников литературы. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса. В данном случае определяется: соответствие содержания доклада его теме, способность систематизировать материал, полнота и глубина знаний по теме, умение обобщать, делать выводы.

Критерии оценивания	Баллы
В докладе тема раскрыта полностью, используются интересные источники, сформулированы выводы. Студент дает развернутые ответы на поставленные вопросы с практическими примерами.	90-100
Основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты (имеются неточности в изложении материала; поверхностные выводы). Студент дает ответы на поставленные вопросы.	80-89
В работе имеются недостатки: тема освещена лишь частично, отсутствуют выводы или они поверхностные. Студент частично дает ответ на поставленные вопросы.	70-79
Доклад представлен, но тема его не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	60-69

2.1.3. Подготовка и выступление с творческим эссе

Творческое эссе является одним из этапов в формировании компетенций обучающегося. Эссе представляет собой очерк небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и философские соображения по конкретному поводу или вопросу. Эссе должно быть представлено как художественно-публицистический жанр, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным изложением. Его задачами является формирование умений четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы. Кроме того, эссе является жанром журналистики, и через освоение техник его написания формируется умение создавать авторские PR-материалы.

Примерные темы эссе

1. СМИ: четвертая власть, зеркало общества или «служанка»?
2. Социальный портрет молодежи в зеркале СМИ;
3. Сенсация в молодежной информационной среде: есть ли место этике?
4. Мое понимание мифотворчества в области социальной реальности;
5. Мое понимание информационной культуры и информационной компетнтности.

Критерии оценивания

Критериями оценки творческого эссе являются: новизна текста, самостоятельность суждений в сочетании с аргументацией, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Новизна текста определяет, прежде всего, самостоятельностью в постановке проблемы,

формулированием нового аспекта известной проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений.

Одним из критериев оценки работы является аргументация собственных суждений, которая включает факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса – наиболее важный критерий оценки работы студента над эссе. В данном случае определяется: а) соответствие структуры эссе теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану эссе; в) обоснованность способов и методов работы с материалом, способность его систематизировать и структурировать; г) полнота и глубина знаний по теме; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Рекомендуемые формы эссе: рецензия, лирическая миниатюра, заметка, страничка из дневника, письмо и др. Также эссе можно изложить в форме: описательной, повествовательной, рефлексивной, критической, аналитической и др. Также учитывается соблюдение требований к оформлению и жанровое соответствие стиля изложения. Эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность, стиль должен отражать особенности личности. Рекомендуется использовать короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, при этом текст должен сохранять внутреннее смысловое единство.

Характеристика ответа	**Европейская оценка**	**Рубежные баллы**	**Оценка**	**Уровень сформированности компетенций**
В реферате обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы оригинальные глубокие выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.	**A**	**100-96**	**5+**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
В реферате обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.	**A**	**95-91**	**5**	
В реферате обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью,	**A**	**90-86**	**5-**	

выдержан объём; есть незначительные замечания к внешнему оформлению.				
Основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены незначительные недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; однако логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы; имеются упущения в оформлении.	**B**	**85-81**	**4+**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
Основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; имеются упущения в оформлении.	**C**	**80-76**	**4**	
Основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.	**C**	**75-71**	**4-**	
В работе имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы, но студент отвечает на вопросы преподавателя по реферату.	**D**	**70-66**	**3+**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
В работе имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.	**E**	**65-61**	**3**	
Реферат представлен, но тема реферата недостаточно раскрыта, обнаруживается существенное непонимание некоторых аспектов проблемы проблемы.	**E**	**60**	**3-**	
Реферат несамостоятелен, грубые нарушения при ссылках на авторов или отсутствие ссылок на них. Используется один источник. Недостаточен объем. Устаревшие данные. Студент не понимает сути реферата.	**F**	**Менее 60**	**2**	**Компетенции не сформированы**

2.1.4. Контрольная работа

Контрольная работа используется для текущего контроля студентов. В целях освоения компетенции для написания контрольной работы студенты изучают необходимый теоретический материал по теме и отвечают на вопросы в режиме письменного ответа. Студентам дается 3-4 варианта с 3-4 заданиями в каждом варианте. После оценки контрольных работ идет обсуждение непонятого (или недостаточно понятого) материала («работа над ошибками») преподавателя и студентов.

Типовые варианты контрольной работы

1 вариант

- цели, задачи и принципы деятельности в области информационной политики;
- информационная культура и информационная компетентность;

- государственная информационная политика.

2 вариант

- классификация видов информации: графическая, звуковая, текстовая, числовая, вид;
- информационное мышление молодежи;
- экономические основы государственной информационной политики.

3 вариант

- генезис развития понятия «информация»;
- особенности информирования молодежи;
- принципы государственной информационной политики.

4 вариант

1. Раскройте понятие «реклама».
2. Раскройте предназначение социальной рекламы.
3. Выделите общее и различия между социальной рекламой и пропагандой

5 вариант

1. Раскройте понятие «социальная реклама».
2. Охарактеризуйте виды социальной рекламы
3. Выделите различия между социальной рекламой и социальным PR.

Критерии оценивания

Результат	Баллы
Демонстрирует полное понимание поставленных вопросов, логично и последовательно отвечает на них. Дает развернутый ответ с практическими примерами.	90-100
Дает полный и логически правильный ответ на вопросы, но сформулировать примеры по рассматриваемым вопросам не может.	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, ответы не всегда последовательны.	70-79
Способен сформулировать определения терминов, привести классификацию, перечислить формы, методы и т.п., но не может дать их характеристику.	60-69
Демонстрирует непонимание вопросов, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы.	Менее 60

2.1.5. Тестирование письменное

Тест используется для текущего контроля студентов. В целях освоения компетенции для написания контрольной работы студенты изучают необходимый теоретический материал по теме и отвечают на вопросы, выбирая один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Студентам дается 3-4 варианта с 20-25 тестовыми вопросами в каждом варианте. После оценки результатов тестов непонятого (или недостаточно понятого) материала («работа над ошибками») преподавателя и студентов.

Типовые варианты теста

Выберите правильный на Ваш взгляд вариант/варианты ответа:

Какие критерии определения целевой аудитории являются ключевыми для информационной молодежной политики?

a) демографические;
b) географические;
c) гендерные;
d) поведенческие.

Взаимодействие молодежных информационных служб и СМИ носят:

a) двусторонний характер;
b) односторонний характер;
c) данные структуры не взаимодействуют.

Социальная реклама изменяет:

a) коммерческую прибыль предприятия;
b) мировоззренческие установки;
c) стереотипы;
d) эстетические предпочтения.

В чем заключается сила социальной рекламы?

a) обращении внимания на проблему отдельно взятого индивида;
b) в демонстрации путей решения проблемы;
c) в умении обратиться к собственным силам человека;
d) в обращении к социально-значимым проблемам;
e) в запретительных лозунгах.

Какая составляющая корпоративного имиджа выражается в визуализации деловой стратегии организации?

a) идентичность;
b) репутация;
c) индивидуальность;
d) ценности.

В чем главное отличие пресс-релиза от информационного письма?

a) пресс-релиз больше по объему, чем информационное письмо;
b) информационное письмо больше по объему, чем пресс-релиз;
c) пресс-релиз содержит новость, а информационное письмо является «фоном» к новости;
d) информационное письмо содержит новость, а пресс-релиз является «фоном» к новости;
e) отличий нет.

Критерии оценивания результатов тестирования

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности компетенций
96-100% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**A**	**100-96**	**5+**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
91-95% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**B**	**95-91**	**5**	
86-90% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**B**	**90-86**	**5-**	
81-85% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**C**	**85-81**	**4+**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
76-80% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**C**	**80-76**	**4**	
71-75% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**C**	**75-71**	**4-**	
66-70% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**D**	**70-66**	**3+**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
61-65% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**E**	**65-61**	**3**	
60 % правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**E**	**60**	**3-**	
Менее 60% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста	**F**	**Менее 60**	**2**	**Компетенции не сформированы**

2.1.6. Решение ситуационных заданий (кейсов)

Решения ситуационных заданий (кейсов) необходимы для получения практических умений и навыков, нужных для наработки необходимых компетенций. Ситуация дается на самом семинаре или заранее. Она может предоставляться как группе студентов (3-5 человек), так и индивидуально каждому студенту. После изучения ситуации студентами происходит ее обсуждение (анализ, предложение рекомендаций) с преподавателем.

Пример ситуационного задания (кейса)

Механизмы управления имиджем и брендом

Вы провели анкетирование по выявлению интересов студенческой молодежи России. При ответе на вопрос о жизненных целях современной молодежи на первом месте оказалась работа, совершенство в профессии, карьерные устремления - 18%; материальные ценности - 17%; получение образования, востребованность профессии -16%; создание семьи - 6 %; наличие жилья - 4%; саморазвитие и самореализация - 3%; независимость - 1%; удовольствия и развлечения - 1%. Опрос показал, что 58% респондентов заинтересованы в защите интересов молодежи, 50% - проведении воспитательной работы с подрастающим поколением, 42% - создании условий для самовыражения, самореализации молодежи, 24% - обеспечении молодежи доступа к принятию решений в экономике, общественной жизни, политике. Проанализируйте полученные данные и сделайте основные выводы.

Вопросы и задания

1. Какие основные выводы вы можете сделать на основе полученных статистических данных?
2. Какие ценности являются приоритетными для молодежи согласно данным анкетирования?
3. Каким образом распределяются жизненные приоритеты у молодежи?
4. Какие мероприятия по развитию нравственных ценностей у молодежной аудитории вы можете предложить?
5. В чем вы видите недостаток информационной работы с молодежью?
6. Опишите основные направления программы поддержки молодых семей.

Критерии оценивания

Критерии оценивания	Баллы
Ситуация понята и интересна студенту. Имеется навык решения кейсов и к данной ситуация правильно применен маркетинговый инструментарий. Обозначена проблема, представлены практические пути ее решения, логично и обоснованно изложена собственная позиция; сформулированы выводы и предложения.	90-100
Ситуация понята студентом; теоретический материал связан с практикой, но студент недостаточно владеет маркетинговым инструментарием, в связи с чем ситуационная задача решена не совсем эффективно	80-89
Ситуация – изучена и понята студентом. В ответе имеются существенные отступления от требований к выполнению ситуационной задачи. Студент знает теорию, но слабо ее применяет на практике в данной ситуации.	70-79
Ситуация – изучена студентом. Ответ не дает решения ситуационной задачи (только общее представление); обнаруживается существенное незнание теоретического материала, что не позволяет студенту связать теорию с практикой.	60-69

2.1.7. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум – один из видов самостоятельного практического занятия. В ходе таких занятий студенты практически осваивают научно-теоретические положения изучаемого предмета, овладевают инновационными техниками экспериментирования в соответствующей научной сфере, занимаются инструментализацией знаний, полученных на лекциях и из учебных пособий, то есть превращают их в средство для решения сначала учебно-исследовательских, а позже реальных практических и экспериментальных задач.

Цели лабораторного практикума:

- приобретение умений в научном экспериментировании, анализе полученных результатов;
- формирование первичных навыков организации, планирования и проведения исследований.

– В ходе лабораторного практикума студенты проводят контент-анализ социальной проблемы или деятельности молодежной организации в молодежной среде по перечню критериев.

Сценарий лабораторного практикума

Студенты самостоятельно исследуют информационные Интернет-порталы, сообщения в молодежных СМИ, социальные рекламные ролики, экспертные оценки в соответствии с выбранным объектом исследования. Объектами исследования могут быть:

- молодежные общественные объединения;
- совет молодежных организаций;
- молодежные политические организации;
- военно-патриотические молодежные организации/отряды;
- молодежные творческие объединения;
- органы самоуправления вузов, ссузов и др.

Студент должен подготовить отчет в виде презентации и доклада, где представлены рекомендации (ПО: Google Slides, Google Form, доска Trello, LMS Moddles).

Критерии оценивания

Критериями оценки лабораторного практикума являются: презентация и доклад.

Презентация: точное соответствие объекту исследования; соотношение и последовательность исследования имиджа; глубина раскрытия особенностей позиционирования бренда; самостоятельность в оценке прогнозов развития имиджа.

Отчет: качество исследования Интернет-сайта, охват информационных носителей и экспертных оценок, полнота рекомендаций.

Критерии оценивания	Баллы
Презентация и доклад представлены. Результаты представлены в наглядной форме (таблица и графики); проведен полный анализ, представлены интересные рекомендации. Студент дает развернутые	90-100

ответы на поставленные вопросы.	
Презентация и доклад представлены. Результаты представлены в наглядной форме (таблица и графики); проведен анализ, но есть небольшие недостатки, представлены рекомендации. Студент дает ответы на поставленные вопросы.	80-89
Презентация и доклад представлены, но есть неточности в формулировках вопросов. Результаты представлены в наглядной форме (таблица); проведен анализ, но есть недостатки (часть ответов не учтены), представлены некоторые рекомендации. Студент способен ответить на вопросы.	70-79
Презентация и доклад представлены, но недостаточное количество вопросов, не точность формулировки. Нет наглядности в результатах анкетирования, поверхностный анализ, отсутствие рекомендаций. Студент не отвечает на вопросы.	60-69

2.1.8. Деловая игра

Деловая игра используется для наработки навыков коммуникации, развития способности эффективно организовать групповую работу для решения поставленной задачи, сформировать команду.

Пример деловой игры

Деловая игра «Организация молодежных информационных служб» позволит студентам самостоятельно закрепить полученные теоретические знания по курсу «Информационное обеспечение работы с молодежью» и отработать практические навыки в организации информационного поля.

Деловая игра проводится в рамках проведения практических и семинарских занятий. Кроме того, она может проводиться для студентов, изучивших данную дисциплину, как возможное дополнительное практическое задание с целью закрепления данного курса.

Игра проводится в течении 4-8 академических часов в рамках одного курса. Контроль знаний проводится в виде защиты проекта. Цель деловой игры – подготовить студентов к практической работе в области информ ационной деятельности.

Процесс проведения деловой игры.

Формат проведения: Пресс-конференция в конференц-зале отеля

Команда выступающих (3-4 человека): руководитель информационной службы, пресс-секретарь, специалисты по сбору и обработке информации, специалисты по взаимодействию со СМИ и группами общественности.

Необходимые атрибуты деловой игры: стиль одежды соответствует тематике, обязательны кувертки (таблички с ФИО и должностями), необходимые для информационной деятельности документы.

Все остальные участники, кроме выступающих, являются журналистами и задают вопросы, которые оцениваются по цвету карточек команды (вопросы должны либо более широко раскрывать тему, либо вызывать нестандартную ситуацию – провокацию, скандал и т.д.). Журналист поднимает карточку и встает с вопросом только после того, как пресс-секретарь выступающей команды дает разрешение на вопрос. Обязательно необходимо представиться (назвать существующее издание или придумать свое, главное – чтобы оно подходило по теме).

Вариант 1. Презентация проекта в области работы с молодежью.

Описание молодежного проекта	В чем суть проекта и особенности реализации?
Ключевые коммуникационные сообщения	Каким образом Ваши конкурентные преимущества будут отражены?
Медиапланирование	С какими СМИ вы взаимодействуете (необходимо взять реальные массмедиа исследуемого региона). Обоснуйте выбор СМИ.
Группы общественности, с которыми будет взаимодействовать информационная служба	Опишите группы целевой аудитории. В чем особенности общения с каждой из них?
Какую социальную проблему решает Ваш проект?	Постарайтесь убедить аудиторию в том, что данная проблема имеет острую актуальность
Новостные поводы как основа работы информационной службы	Составьте событийный план, имеющий социальную направленность для молодежи
Наличие корпоративного стиля организации, которую представляет информационная молодежная служба	Оценивается креативная подача материала
Оценка эффективности работы молодежной информационной службы	Элементы проекта, которые доказывают, оправдывают и заставляют сформировать требуемые компетенции у молодежи

Критерии оценивания

Критерии оценивания	Баллы
Студент активно участвует в игре и хорошо знает теоретический учебный материал, обладает коммуникативными навыками. Умеет структурировать материал, анализировать информацию, делать логические выводы и на их основе предлагать свои решения, отстаивать свою точку зрения, проявлять знания, умения и навыки при защите проекта. У студента прослеживаются творческие подходы к решению проблемы, способности к генерированию новых идей.	90-100
Студент заинтересован в игре и знает теоретический учебный материал. Умеет анализировать информацию, делать логические выводы, обоснованно отстаивать свою точку зрения, генерировать новые идеи. При защите проекта применяет только знания.	80-89
Участие студента в деловой игре незначительно, теоретическим учебным материалом владеет не в полной мере, затрудняется с анализом материала, с выводами. Эпизодически участвует в защите проекта.	70-79
Студент не заинтересован в игре, теоретический учебный материалом знает плохо, не всегда может применить его к конкретной ситуации. При защите проекта ведет себя пассивно.	60-69

2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений

Вопросы к экзамену

1. История развития понятия "информация".

2. Классификация видов информации: графическая, звуковая, текстовая, числовая, видеоинформация.

3. Свойства информации: достоверность, полнота, точность, ценность, своевременность, понятность, доступность, краткость.

4. Особенности информирования молодежи.

5. Информационное мышление молодежи. Информационная культура и информационная компетентность.

6. Когнитивные особенности молодежи. Отношение молодежи к СМИ, популярные темы и жанры.

7. Создание единой молодежной информационной среды.

8. Государственная информационная политика.

9. Экономические основы государственной информационной политики. Принципы государственной информационной политики.

10. Концепции государственной политики в информационной сфере.

11. Стратегия государственной молодежной политики и информирование молодежи.

12. Цели и приоритеты проекта "Российская информационная сеть "Новый взгляд".

13. Принципы отбора информации для молодежи. Актуализация информации и нацеленность на настоящее.

14. Учет возрастных, половых, религиозных и региональных различий.

15. Сущность понятия и виды социальной рекламы.

16. История возникновения и развития социальной рекламы.

17. Нормативно-правовое обеспечение социальной рекламы

18. Социальная реклама - как форма представления общественных интересов.

19. Спонсорство социальной рекламы.

20. Нормативное регулирование социальной рекламы. Проект закона о социальной рекламе.

21. Цели, задачи, адресная аудитория социальной рекламы.

22. Цели и задачи социального PR.

23. Сравнительный анализ социальной рекламы и социального PR.

24. Официальные и неофициальные источники информации. Классификация каналов информирования.

25. Актуальность информации различных групп. Референтная источниковая группа.

26. Особенности поиска информации. Диалог как основная форма информирования молодежи.

27. Ресурсы информирования - молодежная коммуникационная среда.

28. Молодежные СМИ.

29. Государственная поддержка молодежных СМИ. Конкурсы и гранты.

30. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.

31. Коммуникационная парадигма развития цивилизации.

32. Методы оценки достоверности информации. Критерии достоверности источника. Оптимальное количество источников. Выделение первоисточника.

33. Актуальность информации. Информационные фильтры.

2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков

Задачи для экзамена в целях проверки сформированности умений и навыков студентов

Все задачи на экзамен – это ситуационные задания.

1. Вы руководите стабильно развивающимся творческим молодежным объединением. Вот уже три года подряд каждые полгода ваша команда уговаривает вас сменить всю стратегию коммуникационной политики, делая отсылку на тот факт, что целевая аудитория устает от одних и тех же форм сообщений. В частности, они пересматривают «свежим взглядом» стратегию продвижения и видят ошибки и недочеты, которые неплохо было бы исправить новыми коммуникациями.

Вопросы и задания

1. Согласны ли вы с рекомендациями ваших коллег?
2. Обоснованна ли смена концепции каждые полгода? Какие правила действуют на этот счет?
3. Разработайте свои предложения по развитию коммуникационной стратегии.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам экзамена

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе на вопрос студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям, объясняет решение задачи на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	**A**	**100-96**	**5+**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Задача решена правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	**A**	**95-91**	**5**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Задача решена верно, правильно обосновывает принятую методику решения задачи. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**A**	**90-86**	**5-**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть	**B**	**85-81**	**4+**	**Базовый уровень сформированности компетенции**

допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.	**C**	**80-76**	**4**	
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической задачи, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	**C**	**75-71**	**4-**	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической задачи и не может связать теорию с практикой.	**D**	**70-66**	**3+**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических задач. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	**E**	**65-61**	**3**	
Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя	**E**	**60**	**3-**	
Не знает значительную часть теоретического и практического материала, допускает существенные ошибки при ответах на вопросы. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.	**F**	**Менее 60**	**2**	**Компетенции не сформированы**